

BAB IV

GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN

4.1. Sejarah Monopoli Merbabu



Pada awalnya café yang dinamakan Monopoli Merbabu itu adalah salah satu pecahan dari café Ria Djenaka Batu dan juga yang ada di Malang. Monopoli Merbabu itu sendiri tepat nya berada di jalan Merbabu No 21 Kota Malang, Jawa Timur. Pada dasarnya, terbentuknya Monopoli ialah dikarenakan meningkatnya pengunjung yang sedang ramai menghampiri 2 café sebelumnya khusus nya di Ria Djenaka Malang. Fiky Nugrahawan Affandi sebagai pemilik Ria Djenaka dan juga Monopoli tidak menyangka pada saat dia membuka outlet Ria Djenaka Bandung pengunjung semakin ramai hingga melebihi kapasitas tempatnya, di setiap harinya mereka menolak 30 sampai 50 tamu untuk mencicipi café bertemakan Djawa tersebut. Dikarnakan permintaan konsumen yang meningkat akhirnya munculah

Brand baru yaitu Monopoli Café and Resto untuk memecah segmen pasar dengan target berbeda dan atmosfer yang berbeda pula.

Café yang mengusung konsep *Gardens* itu dinamakan Monopoli karena ingin menggabungkan konsep dari makan dan juga nongkrong. Logo nya sendiri pun mengambil konsep papan Monopoli yang dihiasi berbagai macam makanan di setiap petak nya. Pengembangan usaha Fiki tersebut bertujuan untuk memfasilitasi *one stop* kuliner yang ada di Kota Malang, dari makanan berat, ringan, Chinese, Indonesia dan karena itulah dinamakan Monopoli.

Café yang didirikan pada tahun 2010 itu menyediakan 4 brand sekaligus dalam satu naungan Monopoli ada *Ria Djenaka*, *Ayam Bang Toyib*, *Big Bro*, dan juga *Jinten Chinese Food*. Dengan kata lain, konsumen yang ingin mencicipi cita rasa dari masakan *Western*, *Asian* dan juga *Nusantara* semuanya sudah bisa ditemukan di Monopoli Café and Resto.

4.2. Visi dan Misi

Visi serta Misi dari Monopoli Café dan Resto adalah agar memfasilitasi anak muda baik pelajar dan juga mahasiswa yang ada di Kota Malang agar mendapatkan tempat makan serta nongkrong yang enak serta nyaman.

4.3. Profil Monopoli Café and Resto

Monopoli Café and Resto adalah café yang mengangkat konsep taman yang rindang, dengan tatanan kursi dan meja yang dinaungi teduh nya pepohonan serta tumbuhan yang ada di dalamnya, café tersebut tidak jarang sebagai tempat

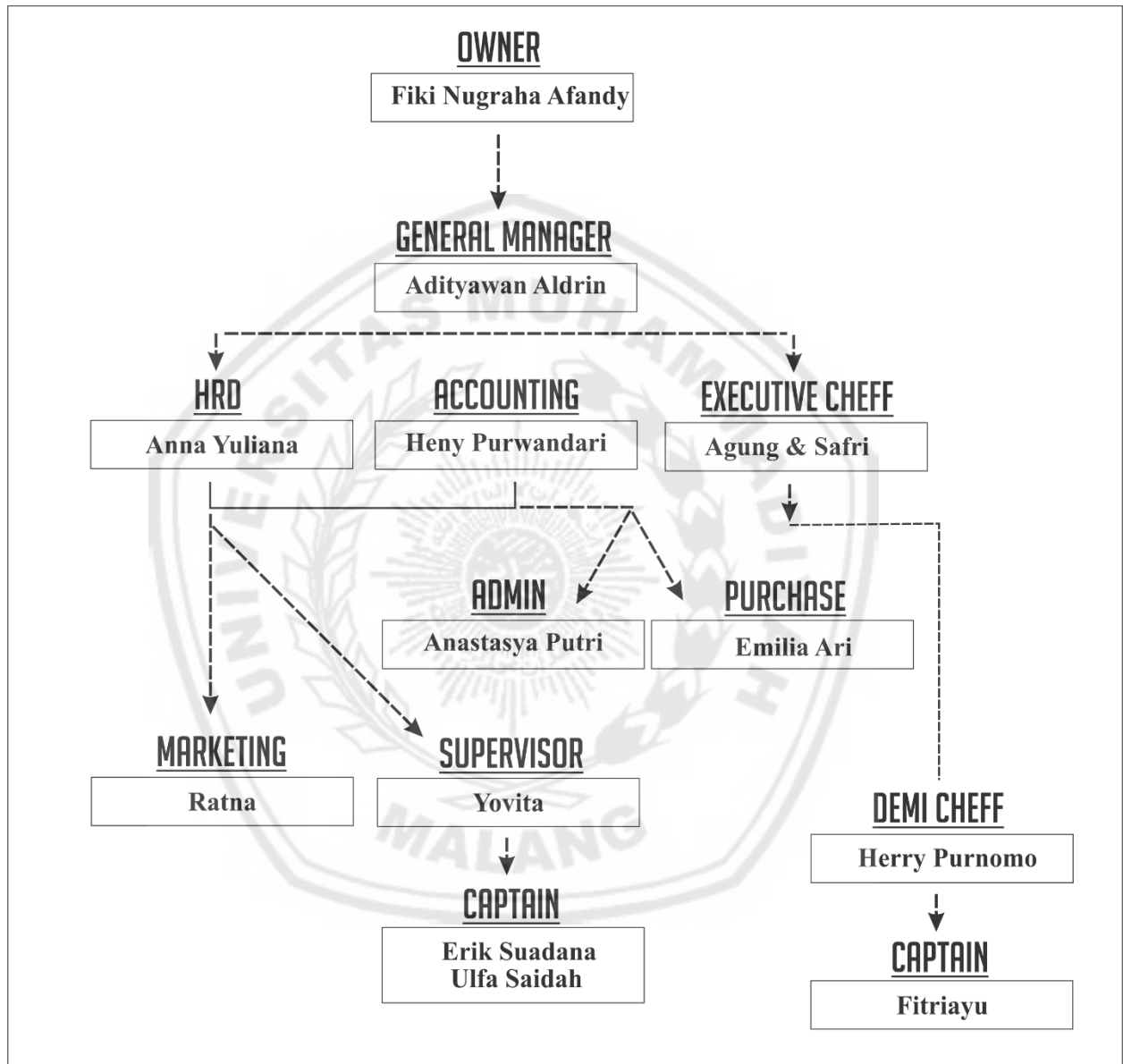
beristirahat sejenak untuk pekerja kantoran yang ingin melangsungkan makan siang. Buka dari pukul 08.00 pagi sampai 24.00 Wib, café ini juga memberikan fasilitas yang cukup untuk para pengunjungnya, selain cita rasa dari berbagai brand, disana juga menyediakan ruang VIP untuk pengunjung yang ingin melaksanakan meeting harian atau sembari berkumpul bersama orang-orang yang disayang. Memberikan pelayanan yang baik serta ramah adalah prioritas utama menejemen agar dapat memberikan suguhan yang maksimal, sehingga para pengunjung merasakan sensasi yang berbeda setelah datang ke Monopoli Café and Resto.

Gambar.4.1.



4.4. Gambaran Umum Oprasional

Berikut ialah bentuk gambaran umum dari menejemen/oprasional Monopoli Café and Resto:



Gambar. 4.1. Oprasional Umum Monopoli (FNA Group Management)

1. Owner

Fiky Nugrahawan Affandi ialah salah satu pendiri sekaligus pemilik perusahaan FNA Group, yang mana dia sudah memiliki beberapa cabang outlet baik di Kota Malang atau di luar Kota Malang. Beberapa brand yang ada di Kota Malang contohnya seperti Ria Djenaka Batu dan Malang, Monopoli Merbabau, Rame-Rame Resto serta Gajah Lumping Malang. Sedangkan Brand yang ada di luar Kota Malang ialah White Modjo Mojokerto serta Gajah Lumping Yogyakarta.

2. General Manager

General Manager adalah jabatan tertinggi yang ada di dalam oprasional Monopoli Café and Resto yang bertugas untuk memantau segala hal yang dilakukan oleh seluruh kepala divisi. Selain itu seorang GM juga memiliki kewajiban sebagai berikut:

- a. menyelesaikan dan memimpin semua tugas serta tanggung jawab yang diberikan untuk segala urusan pengembangan usaha untuk meningkatkan kualitas oprasional seluruh outlet.
- b. melakukan koordinasi dan mendelegasikan tugas dengan baik serta selalu berpartisipasi dalam seluruh kegiatan oprasional pengembangan usaha seluruh outlet.
- c. Menjaga dengan baik semua standar kerja yang berhubugnan dengan bidang pengembangan usaha.
- d. Mempunyai cara kerja yang professional, fair, inovatif, kreatif, dan memiliki loyalitas terhadap perusahaan.

- a. Dapat mengambil suatu keputusan dan kebijakan di bidang pengembangan usaha yang bersifat berat dan mendesak.
- e. Mampu menghandle urusan birokrasi eksternal problem (pemerintah, warga, rekan usaha) untuk seluruh outlet.
- f. Mampu melakukan survey tempat untuk lokasi tempat usaha baru.
- g. Mampu membaca trend atau konsep outlet F&B yang sedang berkembang di pasaran.

3. Human Resource Development

HRD adalah sebuah divisi/posisi jabatan yang bertanggung jawab secara penuh dalam sumber daya manusia suatu perusahaan mulai dari persiapan perekrutan pegawai baru hingga mengurus kontrak kerjanya. Beliau yang bertugas memetakan dan menyaring sumber daya manusia dalam suatu perusahaan. Selain itu HRD juga mempunyai kewajiban sebagai berikut:

- b. Menyelesaikan dan memimpin semua tugas dan tanggung jawab yang diberikan untuk segala urusan sumber daya manusia untuk meningkatkan kualitas oprasional seluruh outlet.
- c. Melakukan koordinasi dan mendelegasikan tugas dengan baik serta selalu berpartisipasi dalam seluruh kegiatan oprasional sumber daya manusia seluruh outlet.
- d. Menjaga dengan baik semua standar kerja yang berhubungan dengan sumber daya manusia (recruitment, training, penegak disiplin dan aturan, administrasi SDM serta pengupahan).

- e. Mempunyai cara kerja yang professional, fair, inovatif, kreatif, dan memiliki loyalitas terhadap perusahaan.
- f. Dapat mengambil suatu keputusan dan kebijakan di bidang sumber daya manusia yang bersifat berat dan mendesak.
- g. Mampu menghandle urusan birokrasi eksternal (DISNAKER, Jamsostek, Serikat Buruh, Perusahaan outsourcing dan Lembaga Pendidikan) untuk seluruh outlet.
- h. Berperan sebagai biro konseling bagi seluruh staff.

3.a. Marketing

Marketing adalah salah satu ujung tombak dari seberapa besar penjualan yang didapatkan. Selain itu dia juga bekerja dengan target tertentu agar dapat mencapai stabilisasi *income* dari perusahaan. Marketing juga memiliki tugas secara detail yaitu sebagai berikut:

- a. Menetapkan target revenue ala carte & banquette
- b. merencanakan program sales marketing & promosi penjualan
- c. Perencanaan event
- d. Perencanaan, implementasi program training sales marketing & event promotions.
- e. presentasi produk, service, dan fasilitas
- f. menjaga hubungan baik dengan konsumen/pembeli, kolega bisnis, vendor, dan member.

- g. Petanggung jawab hasil dari revenue target
- h. Evaluasi program yang sudah terlaksana.
- i. Inovasi program program baru & menu
- j. Update informasi sales & marketing style.

3.b. Supervisor

Supervisor disini bertugas untuk melaksanakan semua rencana yang telah ditetapkan manajer serta bertanggung jawab terhadap kelancaran operasional di dalam sebuah perusahaan. Selain itu Supervisor memiliki seorang Captain yang membantu dia dalam menjalankan operasional perusahaan.

- Captain disini di duduki oleh: Erik Suadana dan Ulfa Saidah

4. Accounting

Tugas dari Accounting ialah bertanggung jawab atas segala laporan keuangan perusahaan serta dapat mengatur bentuk keuangan dari pengeluaran, pendapatan serta biaya operasional karyawan. Disisi lain beliau juga berkewajiban melaksanakan sebagai berikut:

- a. Menyelesaikan dan memimpin semua tugas dan tanggung jawab yang diberikan untuk segala urusan keuangan untuk meningkatkan kualitas operasional seluruh outlet.
- b. Melakukan koordinasi dan mendelegasikan tugas dengan baik serta selalu berpartisipasi dalam seluruh kegiatan operasional keuangan seluruh outlet.

- c. Menjaga dengan baik semua standar kerja yang berhubungan dengan keuangan.
- i. Mempunyai cara kerja yang professional, fair, inovatif, kreatif, dan memiliki loyalitas terhadap perusahaan.
- d. Dapat mengambil suatu keputusan dan kebijakan di bidang keuangan yang bersifat berat dan mendesak.

4.a. Administrasi

Setelah menjelaskan seputar Accounting, di bawahnya masih ada 2 jabatan yang mendukung agar keuangan perusahaan berjalan stabil. Salah satunya ialah Administrasi, yang bertugas mengurus segala surat masuk ataupun surat keluar serta pendataan karyawan agar memudahkan perusahaan tersebut.

4.b. Purchase

Purchase adalah suatu department yang mana segala bentuk pembelian, negosiasi, serta pembuatan PO (purchase Order) dibebankan kepada nya. Salah satu tugas dari purchasing ialah mencari dan menganalisa calon supplier yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan.

5. Executive Cheff

Executive Chef adalah jabatan tertinggi dalam kitchen departemen yang mempunyai wewenang penuh dalam menjaga stabilitas berjalannya pekerjaan dan tugas sesuai dengan standar operasional yang sudah ditetapkan oleh Monopoli Café and Resto. Seorang Executive Cheff juga memiliki anggota yang biasanya disebut

Demi Cheff serta Captain, yang mana kedua jabatan tersebut diduduki oleh Hery Purnomo (Demi Cheff) dan Fitriayu (Captain).

4.5. Krisis Ex-Monopoli Merbabu.

Pada awal terbentuknya Monopoli tahun 2010 antusias masyarakat Kota Malang sangat ramai terutama dikalangan pelajar Kota Malang. Café yang terdapat di tengah-tengah Kota menjadi salah satu pilihan mahasiswa dalam berbagai kegiatan seperti mengerjakan tugas, nongkrong, ketemu teman-teman dan juga sekedar beristirahat sejenak untuk menghirup udara segar. Seiring berjalannya waktu dan berkembangnya tingkat mahasiswa, menjadikan Kota Malang sendiri ladang strategis bagi pengusaha mengumpulkan pundi-pundi rezeki kehidupannya. Berbagai kompetitor bermunculan dengan mengusung konsep-konsep yang lebih memukau dari konsep yang dihadirkan di Monopoli Merbabu.

Setelah beberapa tahun kemudian Monopoli Merbabu sendiri diterpa berbagai macam krisis dari yang ringan sampai puncaknya yaitu pada awal tahun 2015. Krisis adalah kondisi tidak stabil, yang bergerak kearah suatu titik balik, dan menyandang potensi perubahan yang menentukan sebuah perusahaan (Forumkuliah, 2009). Krisis yang berawal dari menurunnya kualitas kerja oprasional, produk yang kurang inovatif serta yang paling mendasar dan yang paling krusial yaitu menurunnya pendapatan secara finansial perusahaan.

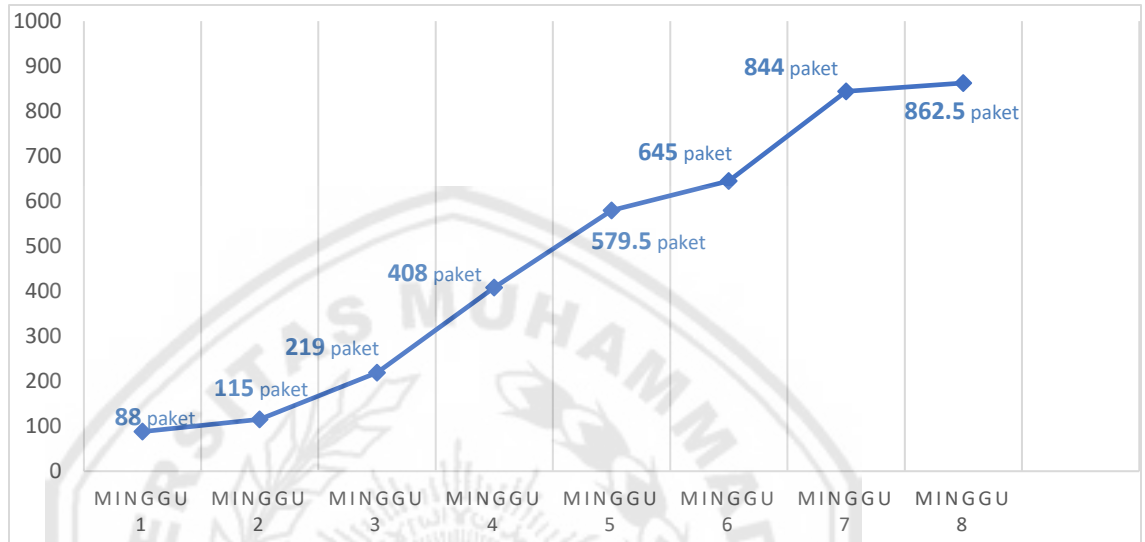
Dari krisis yang dialami dalam sektor finansial menimbulkan krisis kirisi lainnya seperti berkurangnya kualitas kinerja karyawan dan keputusan owner yang terlalu ekspensif dalam membuka berbagai cabang café yang berhujung pada

menejemen yang lepas control serta tidak adanya *treatment* khusus dalam mengelola outlet-outlet yang baru dibuka. Hingga pada akhirnya pemilik memutuskan untuk menutup total Monopoli Merbabu dan segera mengambil resiko selanjutnya dengan *rebranding* menjadi Warung Rindu Merbabu.

4.6. Warung Rindu Merbabu.

Warung Rindu merupakan tempat makan yang berada di jalan Merbabu No 25 di Kota Malang Jawa Timur. Tempat makan yang berdiri pada tanggal 10 Februari 2017 ini menjadi salah satu warung makan pertama yang menyajikan menu bancakan di Kota Malang, dengan mengusung konsep bancakan disetiap menu serta peyajiannya menjadikan para konsumen dapat merasakan sensasi kebersamaan yang mendalam disetiap detikanya. Ciri khas dari produk ini adalah menyajikan rasa yang *authentic* dan kebersamaan serta berusaha menanamkan kepada masyarakat nuansa merindu/malarindu (tempat dan masakan yang selalu di rindukan oleh konsumen).

Setelah pergantian Brand dari Monopoli Merbabu menjadi Warung Rindu Merbabu membawa dampak yang cukup signifikan. Dapat dilihat dari grafik penjualannya di 2 bulan awal pembukaanya.



Grafik 1. Tingkat Penjualan Warung Rindu Malang

Tingkat penjualan dari minggu pertama sampai minggu kedelapan mengalami peningkatan. Dengan kata lain ada berbagai macam factor yang menimbulkan grafik yang seperti itu, diantara factor-faktor tersebut ialah pembuatan perencanaan komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Anagata Consultan, menggunakan media sebagai *booster* penjualan, dan juga membuat program terkait promosi penjualan produk bancakan Warung Rindu Merbabu. Salah satunya adalah dari segi program yang dijalankan serta keterlibatan pihak *Anagata Consultan* yang dapat menangani segala bentuk kegiatan komunikasi pemasaran serta proses yang dilakukan mereka dari Monopoli Resto berubah menjadi Warung Rindu Bancakan.

Gambar. 4.2.



Selain mengusung konsep yang berbeda yaitu bancakan dan kekeluargaan, Warung Rindu juga memberikan kualitas produk yang bagus dengan cita rasa nusantara. Berbeda dengan monopoli yang dimana produk utama menjual makanan tidak pokok dikarnakan itu adalah sebuah café, berbeda dengan Warung Rindu yaitu menjual makanan yang pasti (pokok) dan dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Warung Rindu Bancakan ini lebih menekankan target market kepada kelurga serta orang-orang perkantoran yang mayoritas dari latar belakang berbeda-beda. Berikut adalah perbedaan Konsep dari Monopoli dengan Warung Rindu:

Tabel. 4.1. Perbedaan Monopoli Merbabu dengan Warung Rindu.

FNA Group		
	Monopoli Merbabu	Warung Rindu
Produk	<ul style="list-style-type: none"> • Berbagai macam makanan seperti western food, chiness food sampai nusantara food • Bahan pangan sekunder • Berbagai macam pilihan menu • single porsi 	<ul style="list-style-type: none"> • Autentic food/ Nusantara food • Bancakan • Menu paket • Bahan pangan pokok • Lebih focus pada penjualan Bancakan • Delivery order • Menu besek • Menu Outside (Di setting di luar Venue) • Nasi Liwet tumpeng

		<ul style="list-style-type: none"> • Nasi Tambah/ Perpori
Tempat	<ul style="list-style-type: none"> • Strategis dengan mengusung konsep café garden • Akses jalan yang mudah untuk ditemukan serta nyaman untuk tempat nongkrong. 	<ul style="list-style-type: none"> • Strategi dan nyaman • Mengusung konsep Family time • Akses jalan yang mudah ditemukan dan dekat dengan taman Kota Malang.
Harga	<ul style="list-style-type: none"> • Harga standar untuk kalangan menengah ke atas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Harga murah dengan porsi banyak. • Harga Paket
Promosi	<ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan voucher minum kopi gratis di pagi hari • Serta word of mouth dari konsumen yang telah datang. 	<ul style="list-style-type: none"> • Media Sosial • Voucher • Banner • Stiker • Flyer • Word of Mouth